

Image de marque et communication :

les 22 points les plus importants aux yeux des patients

L'image du cabinet est un révélateur de l'identité du praticien et de son équipe. Si ces derniers ne remarquent plus ces signaux, les patients eux les mémorisent, les analysent, les décortiquent pour se rassurer... ou s'angoisser !



Dr Edmond BINHAS
■ Fondateur
du Groupe Edmond
Binhas

Les éléments suivants ont été définis à partir d'interrogatoires et de questionnaires de satisfaction menés dans des cabinets de tous types et de toutes tailles.

Vous connaissez déjà vraisemblablement beaucoup de ces points. Mais le problème, comme j'ai coutume de le dire, réside dans l'application. C'est la différence entre savoir et appliquer. C'est souvent sur cet aspect que le bât blesse. Les considérations suivantes ne constituent pas une revue exhaustive mais des constantes qui reviennent lorsque l'on évoque la notion d'image de marque, de facteurs de différenciation qui font la valeur ajoutée d'un cabinet aux yeux des patients.

1. Considérer le patient comme une personne (plutôt que comme un « cas »)

Les patients sont sensibles aux équipes qui reconnaissent l'individualité et l'unicité de chaque patient. Connaître des détails de leur vie, montrer de l'intérêt pour leur famille, leur travail, ou encore leurs passe-temps favoris aide à établir des relations solides et durables avec les patients.

2. Rester « dans le moment » (dans l'instant)

Quand vous êtes avec le patient, soyez avec le patient. Concentrez-vous sur lui durant le temps que vous restez avec lui. Immergez-vous ! La perception par le patient de la façon dont vous vous occupez de lui est infiniment liée à votre langage VERBAL (mots et expressions positifs) et non VERBAL (regard, gestes, sourire, proxémie).

3. Proposer un environnement plaisant et confortable

Créez un environnement où le patient sera à l'aise, confortable et où il trouvera des informations. Soyez

conscient que le patient porte des jugements sur la propreté, l'hygiène, la stérilisation. Le professionnalisme dans votre cabinet sera en grande partie jugé sur l'aspect



physique des zones où le patient est amené à se déplacer (y compris les toilettes, la salle d'attente et la salle de soins). Le décor a une importance toute particulière dans les cabinets spécialisés en Esthétique. Portez plus grande attention au confort du patient et essayez de connaître leurs impressions.

4. Présenter une équipe avec des tenues parfaites

Quelle que soit l'origine socio-professionnelle des patients, ils jugent la propreté d'un cabinet sur l'aspect physique du cabinet et l'aspect physique (la tenue) de l'équipe. Les patients considèrent que l'apparence physique de chaque membre de l'équipe représente ce que le praticien trouve acceptable. Cela reflète donc, à leurs yeux, son niveau d'exigence et par extrapolation son niveau d'exigence clinique. Aussi, je recommande vivement pour l'équipe des tenues de travail complètes et cohérentes d'un membre à l'autre, ce qui n'exclut pas des variantes ou spécificités suivant les fonctions occupées.

5. Informer et éduquer le patient

Une demande de la part des patients se situe à ce niveau. Le patient est devenu un consommateur éclairé. L'information et l'éducation représentent deux axes majeurs pour fidéliser et augmenter le nombre de patients. Toute l'équipe doit ainsi s'impliquer. Pour les patients, le dentiste idéal est un bon ENSEIGNANT, il doit être à la fois expert et conseiller.

6. Informer sur les mesures d'hygiène et de stérilisation

Assurez-vous que chaque nouveau patient soit informé

des mesures d'hygiène et d'asepsie réalisées au cabinet. Bien que les patients ne vous questionnent pas nécessairement, cela reste une préoccupation majeure pour eux.

7. Intégrer le patient dans le processus de décision

C'est ici tout l'enjeu du concept de Co-diagnostic. Le patient doit avoir un rôle actif dans son traitement, aussi bien dans la mise en place du plan de traitement que dans sa réalisation. Aussi, je vous invite à utiliser le « Nous », il crée automatiquement un effet d'équipe. Il transforme le traitement en un projet commun dans lequel les patients jouent un rôle significatif. Cela fera une véritable différence dans vos relations avec vos patients et les impliquera beaucoup plus dans leur traitement. Attention, cette gymnastique intellectuelle n'est pas si facile à mettre en application qu'elle le paraît.

8. Expliquer le traitement AVANT de le réaliser

J'ai pu constater que l'une des raisons majeures pour lesquelles les patients quittent un cabinet est de ne pas avoir été prévenus de ce qu'on allait leur faire. Ce qui est évident pour vous, ne l'est pas nécessairement pour eux. Il en résulte souvent une mauvaise préparation psychologique du patient. Il s'agit donc d'informer avant de soigner pour que la relation de confiance et l'implication du patient soient totales.

9. Contrôler le confort du patient durant ses séances de soins

L'idée est ici de systématiquement s'assurer que tout va bien pour le patient durant les traitements. Ce point est d'autant plus important si ses freins par rapport aux soins dentaires sont la peur ou l'anxiété. Cette attention est bien souvent l'apanage des assistantes. Dîtes-vous qu'un patient ne se plaindra jamais que vous vous occupiez trop de lui.

10. Proposer des anesthésies indolores

Tous les patients recherchent cela et je peux vous affirmer qu'ils se souviennent du praticien qui leur a fait mal. Réaliser des anesthésies vraiment indolores peut devenir un vecteur de bouche-à-oreilles qui peut sensiblement améliorer votre image de marque.

11. Etre à la pointe du progrès et de la technologie

Il s'agit pour l'équipe de se former régulièrement, de valider des diplômes pour toujours proposer des traitements et des équipements efficaces et performants qui suivent les données acquises et actuelles de la science. Il sera ensuite pertinent d'en informer les patients en

leur montrant ce qui fait votre valeur ajoutée et les avantages et bénéfices qu'ils peuvent en retirer.

12. Etre une équipe soudée

Cela signifie quelque part avoir le sens de la famille au sein de l'équipe. C'est un facteur significatif qui engendre à la fois un sens de sécurité qui vient de la proximité avec l'équipe mais aussi un sens de bienveillance. Le fait également qu'il existe une continuité dans l'équipe est un facteur extrêmement positif et déterminant dans le capital confiance que le patient accordera à l'équipe.

13. Prendre en charge rapidement les urgences

C'est le « must ». Ne pas prendre une urgence (surtout s'il existe une douleur) peut entraîner un risque majeur de laisser partir le patient et au bout du compte de le perdre. Les patients parlent toujours en positif des cabinets qui leur viennent en aide rapidement ou les aide à trouver des solutions à leurs problèmes ou questions. Cette attitude de la part de l'équipe dentaire augmente automatiquement les recommandations.

14. Remercier les patients de leurs observations

Un patient qui vous fait une remarque concernant un aspect du cabinet quel qu'il soit vous rend un service majeur. Remerciez-le et encouragez-le à avoir un regard critique par rapport au cabinet. Par ailleurs, je vous invite vivement à régulièrement solliciter vos patients au cours de la collaboration sur ce que l'équipe pourrait encore améliorer au niveau des soins et services offerts.



© michaeljung - Fotolia.com

15. Pratiquer l'écoute active

Les patients apprécient ceux qui pratiquent l'écoute active. Pour eux, une écoute active signifie une bienveillance à leur égard. L'écoute active signifie rester « dans le moment », répondre aux demandes et attentes des patients et prendre leurs questions au sérieux. Cela est rare aujourd'hui et apprécié universellement.

16. Expliquer les honoraires et proposer des ententes financières

Un patient peut être très satisfait de votre cabinet et de vous-même, mais s'il existe un désaccord sur la façon de payer voire sur le montant des honoraires, cela peut être une raison pour aller consulter un autre cabinet. Donnez à vos patients les explications les plus précises sur tous les aspects qui concernent les honoraires et surtout donnez leur un plan de traitement écrit. Les patients apprécient beaucoup que l'assistante leur donne tous les détails sur les ententes financières ou sur les modalités et le montant de remboursement de leur mutuelle complémentaire.

Voilà un service facile à offrir. Mais l'assistante doit être parfaitement formée. Souvent les patients se plaignent d'honoraires élevés quand ils n'ont pas parfaitement compris le traitement.

17. Appeler après un traitement délicat

Les appels passés aux patients à propos des soins accomplis dans la journée ou la veille sont extrêmement importants. Qu'ils soient réalisés par le praticien lui-même ou par l'assistante, ils ont un impact certain. L'objectif de ces appels est de faire preuve d'attention et de répondre aux questions éventuelles du patient. Les patients l'apprécient et ne manquent pas d'en parler autour d'eux. C'est d'ailleurs l'une des meilleures lois du bouche-à-oreilles.

18. Proposer des horaires larges et variés

Je vous invite à avoir une véritable réflexion sur vos horaires de travail car bien souvent j'observe que les équipes ont une matinée très courte et un après-midi à rallonge qui n'en finit plus ! L'objectif n'est pas de travailler plus mais différemment c'est-à-dire de rééquilibrer vos deux vacations. Cela correspond beaucoup plus à notre biorhythme et permet d'ouvrir de nouvelles plages horaires susceptibles d'intéresser les patients et de dégorger les horaires du soir. La plage 12 – 14 heures est de plus en plus appréciée.

19. Etre à l'heure

Dans notre société où le temps est devenu une denrée de plus en plus rare, la ponctualité de l'équipe dentaire vis-à-vis des rendez-vous est un facteur très apprécié et

recherché par les patients. Dix à quinze minutes de retard dans l'esprit des patients peuvent être acceptées si bien sûr cela reste un événement exceptionnel. En revanche lorsque le retard est systématique, chronique, le patient a beau être attaché à l'équipe dentaire, il n'hésitera pas à vous faire des infidélités, voire pire, à vous quitter.

20. Etre disponible et réactif face à une demande de rendez-vous

Les patients aiment avoir un rendez-vous le plus rapidement possible. Un délai d'une semaine reste raisonnable et accepté par les patients. En revanche, si votre agenda est totalement bloqué, au-delà de 30 jours, le risque est alors grand que les patients se découragent et aient envie de frapper à une autre porte.

21. Avoir un accès facile et des places de stationnement à proximité

C'est un élément crucial, bien sûr. Et pourtant, il n'est pas rare de voir encore certains praticiens négliger cet aspect dans leur installation. Dans le choix de son praticien, le patient va prendre en compte l'environnement du cabinet. Il va juger la maison ou l'immeuble qui abrite le cabinet dentaire, après qu'il ait noté la valeur du quartier et l'impact de la rue, sans compter la facilité pour stationner. L'expression « No parking, no business » est bien connue.

22. Etre détendu

Détendez-vous ! C'est un message fréquemment entendu chez le patient. Ils aiment vous sentir à l'aise. Attention, à l'aise ne veut pas dire relâché mais amical et accessible. Lorsque l'équipe est détendue... les patients le sont aussi.

Je viens de vous décrire les constantes qui en terme d'image de marque demandent une attention toute particulière de votre part. Elles ont en effet une influence directe sur la fidélisation des patients, l'acceptation des plans de traitements et le taux de recommandation. Il n'en demeure pas moins que toute l'équipe doit rester mobilisée et créative pour toujours arriver à surprendre positivement les patients, pas seulement lors du premier rendez-vous mais bien tout au long de la collaboration. L'enjeu est de dépasser leurs attentes pour arriver à une réelle satisfaction qui en fera des patients fidèles et prêts à recommander votre cabinet auprès de leur entourage. Et comme à l'accoutumée, à vous de jouer ! ♦

CONTACT

Groupe Edmond Binhas

Claudette

5 rue de Copenhague, BP 20057, 13742 Vitrolles Cedex

 N° Vert 0 800 521 764

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

Tél. : 04 42 108 108 - Email : contact@binhas.com